Károly Róbert Főiskola
Üzleti Tudományok Intézete

HÁZI DOLGOZAT

MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ SZERVEZÉSE C.
TANTÁRGY

TÉMA: A MATYÓRÓZSA ÉTTEREM REKLÁMKAMPÁNYÁNAK TERVEZÉSE

Készítette:
Varga Felicián
Kereskedelem és Marketing BA szak
Levelező tagozat 5. félév

Mezőkövesd
2015

Tartalomjegyzék

1.Bevezetés.....2
2.Briefing.....2
2.1. A termék (szolgáltatás) leírása.....3
2.2. A kampányidőszak meghatározása:.....4
2.3. A kampány marketing célja......5
2.4.1. A kampány marketingkommunikációs céljai.....5
2.4.2. A kommunikáció hangvétele, stílusa.....5
2.4.3. A kommunikáció tartalma.....5
2.5. Időzítés.....6
2.6. Eddigi kommunikáció.....6
2.7. Költségvetés.....7
2.8. A kampányterv elkészítésére rendelkezésre álló idő. 7
2.9. Egyéb információk.....7
2.10. A képviselő megnevezése.....7
3.Rebriefing.....7
4.Feladattervek.....8
5. Időtervek.....10
6.Költségtervek.....10
7.A reklámeszközök kiválasztása:.....12
7.1 A médiatípusok kiválasztása, szempontok.....12
8. Reklámeszközök.....13
8.1 Nyomtatott eszközök.....13
8.2 Elektronikus eszközök.....15
9. A reklámkampány médiatérképe.....18
10. A reklámhatás mérése.....19

1.Bevezetés

A Matyórózsa kft 2015-július 1.-én alakult Mezőkövesden. Üzleti tevékenységét alakulásának pillanatában megkezdte. Mezőkövesd Város Önkormányzatától bérbe vette a város központjában, a nagytemplom (Szent László Templom) és a Városi Galéria tengelyében található Kaló-féle házat (Alkotmány út 2), melyben korábban a Hungária étterem és Kávéház működött.

A bérleti szerződés aláírása után nagy erőkkel elkezdődött az épület felújítása és berendezése. 2015. november 11- én Márton napján, a Márton napi vígasságok fénypontjaként megnyitották a Matyórózsa éttermet. A felújításon népi iparművész, fafaragó Kis Mátyás és bútorfestő, asztalos: Kovács Szabolcs is tevékenykedett. Az étterem vezetése céljának tekinti, hogy a Matyóföld (Mezőkövesd, Tard, Szentistván) tradicionális ételeit, jeles napokhoz kötődő szokásait bemutassa. Megismertesse nemcsak a város és környéke lakosaival, hanem a nyáron ideérkező nagyszámú turistával és üdülővel is. Ettől függetlenül az étlapon megtalálhatók a hagyományos ételek is, de számít a belvárosban dolgozók menüs igényeire is. A városnak ezen a részén még egy étterem működik, azonban nem ehhez hasonló stílusú. A jól eltalált matyó design, a hímzett abroszok, függönyök, a festett bútorok, a régi parasztházak hangulatát idézik. A belépő vendég úgy érzi, hogy 90-100 évet visszament az időben. Az étlapon megtalálhatóak a három matyó település jellegzetes ételei, valamint a környék borai, a térségben főzött pálinkák, a jellegzetes befőttek és lekvárok, valamint a sajtok is. A gasztronómiai különlegességek mellett népzene és néptánc bemutató is szórakoztatja a vendégeket. Előzetes egyeztetés alapján lehetőség van népviseletben való beöltözésre és fényképezkedésre is minden korosztály részére.
A vállalkozás hivatalos neve Matyórózsa kft, az étterem hivatalos neve Matyórózsa étterem.

2.Briefing

A Matyórózsa kft, 3400 Mezőkövesd Alkotmány út 2. ezennel megbízza a Pető Reklámirodát, 3400 Mezőkövesd 48-as hősök útja 2. az általa üzemeltetett Matyórózsa étterem reklámkampányának megtervezésével, lebonyolításával és a reklámhatás mérésével.

A megbízás indoka:

Cégünk nemrég (2015. július 1.-én) alakult. Kibérelte, felújította és berendezte az Alkotmány út 2. szám alatti ingatlant, melyben korábban a Hungária étterem és Kávéház működött. Utána sokáig üresen állt. Mivel a város központi helyén található, itt nyitottuk meg a Matyórózsa éttermet, 2015. november 4.-én.

A megbízás célja:

Nemrégiben alakult éttermünket megismertetni a helyi és a környékbeli közönséggel, turistákkal és az üdülőkkel is. Folyamatosan kínálni a Matyórózsa étterem szolgáltatásait.

2.1. A termék (szolgáltatás) leírása

A szolgáltatás előnyei:

Egy helyen kínálja Matyóföld jellegzetes meleg és hideg ételeit, kézműves élelmiszereit. Reggeli, ebéd, vacsora és menüszolgáltatással, házhozszállítással mindenféle igényt kielégít. Folklórműsoroknak (népzene és néptánc) is helyet ad. Lehetőséget teremt népművészeti termékek bemutatására, árusítására is.

A cég piaci helyzete:

Cégünk nemrég alakult, keresi helyét a városban található éttermek között. Megkülönböztetést és egyedi jelleget ad a matyó gasztronómiai kultúra felvállalása, ápolása, propagálása. Külön értékelendő, hogy megjelenési lehetőséget biztosít a környékbeli kézműveseknek és kistermelőknek is. Az ételek alapanyagait is a környékbeli kistermelőktől szerzi be. Éttermünket nem utolsó sorban a folklór műsorok megrendezése és az élő népi zene teszi különlegessé.

A cég megítélése:

Éttermünk tavaly, Márton napján, libából készült ételekkel debütált. Előzetes jelentkezés alapján sikerült teltházas forgalmat generálni. A következő nagy forgalmú időszak karácsonykor volt, amikor is sokan éltek a házhozszállítás lehetőségeivel és rendelték meg a karácsonyi vacsorát elemenként, vagy teljes egészében. A szilveszteri

óévbúcsúztató zenés-táncos rendezvény iránt is nagy volt az érdeklődés. A vendégek elismerően nyilatkoztak az étterem kialakításáról, az ételekről és az italokról, valamint a megrendezett folklór műsorról is. Ezekkel a rendezvényekkel az eltelt rövid idő alatt is pozitív imázst sikerült kialakítani. Ennek köszönhető, hogy a 2016. február 6.-ra-farsangi rendezvényünkre- szóló belépők fele elővételben elkelt. Az étterem közelében még egy, hasonló méretű étterem működik, ez azonban nem versenytársa a Matyórózsa étteremnek, mert az étlapján nem szerepelnek tradicionális helyi ételek és italok, valamint az épülete, berendezése sem tükrözi a hely szellemét.

USP (Unique Selling Proposition):

A vendégek azért fogják éppen a mi éttermünket, márkánkat választani, mert tudják, hogy a kiváló minőségű helyi alapanyagokból készült ételeket és helyi italokat, hamisítatlan környezetben, kellemes hangulatban fogyaszthatják el.

Az ajánlat hitelességét alátámasztó érvek.

- Tradicionális helyi alapanyagokból készült ételek.
- Helyi gazdáktól vásárolt alapanyagok.
- Helyben-kemencében sütött pékáruk.
- Igényesen kialakított belső terek.
- Folklórműsor népzene

A célcsoport, szegmensek meghatározása:

Mezőkövesd kisvárosban és agglomerációjában élő, illetve dolgozó emberek és a kistérségben tartózkodó turisták, üdülők nem szerinti elhatárolás szempontjából (férfi, nő) irreleváns csoportja, 25 éves korú illetve afeletti, az igényes környezetet kedvelő, nyitott, részben márkahű, illetve márkaváltó, csapongó fogyasztói réteg, aki megfelelő jövedelemmel rendelkezik. Célcsoportunk foglalkozás illetve iskolai végzettség szempontjából elsősorban középfokú, vagy annál magasabb végzettségű, igényes, megfelelő munkahelyi háttérrel, jövedelemmel és foglalkozással rendelkező vendéget feltételez.

Pozícionálás:

Ebben az esetben a minőség, ár, ígéret hármasa a szolgáltatás üzenete. Az étterem magas minőségi kategóriát és magasabb árkategóriát fog képviselni a konkurenciához képest. A szolgáltatás ígérete pedig a minőség, tradíció, stílus.

2.2. A kampányidőszak meghatározása:

A kampány makro időzítése: 2016. márciustól 2016 augusztusáig, azaz 6 hónapos időintervallumban.

Mikro időzítés és dinamika:

A kijelölt makro időszakon belül a reklámok bemutatásának szerkezete:

Első időszak: 2016. március 26-27 húsvét, a Hadas Városrészben megrendezendő Matyó Húsvét rendezvényen való megjelenés. A rendezvény előtt két héttel reklámok megjelentetése a Mezőkövesdi Újságban, a Montázs című helyi reklámújságban, valamint a Mezőkövesdi Televízió képújság oldalain, Egerben, a városi tv-ben, a Rádió Egerben és a Szuperinfó című hirdetési újságban. Amelyet Füzesabonyban is terjesztenek. Plakátok kihelyezése és szórólapok terjesztése Füzesabonyban.

A rendezvény előtti héten reklámtáblák (plakátok) elhelyezése a Hadas városrész (a rendezvény helyszíne) bejáratainál és a Mátyás Király út (ideiglenes parkolóhely) hirdetőtábláin. Óriásplakátok elhelyezése az autópálya mezőkövesdi lehajtóinál és a 3-as főút Mezőkövesdet elkerülő szakaszának elágazásánál.
A következő esemény 2016. május 16. pünkösd. Előtte két héttel ismét hirdetések elhelyezése a már említett hirdetési felületeken, valamint reklámplakátok kihelyezése a városi és a Zsóry üdülőterületén található hirdetőtáblákra. A két időszak, valamint pünkösd és június 15. között csak a helyi és az egri hirdetési eszközökben kell egy-egy hirdetést elhelyezni.
A Matyó Világtalálkozó alkalmából ismét hirdetéseket kell elhelyezni az előbb említett felületeken, plakátokat kihelyezni, valamint szórólapokat terjeszteni a Zsóry üdülőterületen és Füzesabonyban.
Június 15. és augusztus 31. között szintén a helyi és az egri médiákban kell hirdetéseket elhelyezni, valamint Mezőkövesd

város honlapján, a Zsóry fürdő és üdülőkörzet területén pedig plakátokat kell elhelyezni és ellenőrizni az állapotukat, valamint szórólapokat terjeszteni.

2.3. A kampány marketing célja.

Az általános marketing stratégia az étterem ismertségének növelése, hangulatának közvetítése a vendégek felé. A kampány az étterem marketing céljait teljes egészében megvalósítja.

2.4.1. A kampány marketingkommunikációs céljai

- Az étterem ismertségének növelése
- Az üzlet forgalmának növelése

2.4.2. A kommunikáció hangvétele, stílusa

A reklámokban használt hangvétel könnyed stílusa baráti, családias légkört sugároz. A reklám pozitív tartalmat sugall a minőségi szolgáltatásról, megteremti a szépség a szeretet, az igényes környezet hangulatát.

2.4.3. A kommunikáció tartalma

Egy szolgáltatás megismertetésével kapcsolatban a szolgáltatás (étterem) egyediségére kell felhívni a figyelmet. Meg kell ragadni az emberek figyelmét, nyugalmat, megelégedettséget kell sugározni, mely ösztönöz az étterembe való betérésre. Meg kell találni azt az ideális üzenetet, amely át tudja adni ezt az élményt. Az üzenet hangnemének, stílusának, szókincsének és formájának alkalmazkodnia kell a magyar emberek beszédstílusához. A reklámok szókincsénél meg kell találni azokat a szavakat, amelyek érzelmeket, keltenek és legmegfelelőbben fejezik ki közlésünk mondanivalóját. Az üzenet nem tartalmazhat szakszavakat, mindenki számára könnyen érthetőnek kell lennie.

2.4.4. Kötelezően felhasználandó elemek

- A cég logója Forrás: Saját készítésű fotó
- Az étterem arculati elemei
- Az étterem külső képe
- Korábbi hirdetések
- Reklámszlogen: Üres, korog a gyomra? Megtölti a Matyórózsa! Vagy kóstolja meg nagyszüleink ételeit!

2.5. Időzítés

A kampány 2016. március 12-én (húsvét előtt 2 héttel) indul. Ekkor kell hirdetéseket megjelentetni a mezőkövesdi, és a környékbeli újságokban, hirdetési újságokban, a települési televíziókban és rádiókban, valamint Mezőkövesd város honlapján. Plakátokat, óriásplakátokat kihelyezni, szórólapokat terjeszteni. A Matyó Húsvét után pünkösdig (május 16.) csak a helyi és az egri médiákban, kell a reklámkampányt folytatni. Pünkösd előtt 2 héttel (május 2.) ismét ki kell terjeszteni a kampányt a környező települések, illetve Eger, Füzesabony médiumaira. Mivel május 1. én elkezdődik a strandszezon, ezért a szórólapok és a hirdetési újság terjesztését, plakátok kihelyezését a strand, illetve az üdülőkörzet területére is ki kell terjeszteni. Pünkösd után ismét, csak a helyi és az egri médiákban kell a kampányt folytatni. A térség következő nagy eseménye a Matyó Világtalálkozó (2016. június 20.-tól 2016. június 26.-ig) Ebből az alkalomból is fokozottabb kampánytevékenységet kell folytatni (a környező településeken és a környékbeli nagyobb városokban is). Ezután, - a kampányidőszak végéig - már csak a helyi és egri médiákban kell a reklámozást folytatni.

2.6. Eddigi kommunikáció

Éttermünk bevezetését már az átépítés időszakában megkezdtük. Az épületre egy molinót függesztettünk ki," Itt hamarosan a Matyórózsa étterem nyílik˝ felirattal. A nyitás előtt közzétettük Márton napi kínálatunkat és az asztalfoglalás lehetőségét. Ugyanígy nyilvánosságra hoz a karácsonyi kínálatunkat és a szilveszteri programunkat is. A sikert látva meghirdettük farsangi rendezvényünket is. Itt a férőhelyek fele

már elővételben betelt. Mivel a hirdetések eredményeként a megvalósult rendezvényeinken telt házat sikerült elérnünk, ezért elhatároztuk, hogy intenzívebb kampánnyal megnöveljük vendégeink számát. Ennek a kampánynak a megszervezését azonban már profi szakemberekre bízzuk.

2.7. Költségvetés

A reklámkampány összköltsége: 2.000.000.-Ft Az étterem marketingtevékenysége Mezőkövesdre és a környékbeli városokra, településekre terjed ki. A reklámköltségvetés több tényezőből áll: reklámanyagok elkészítése, kihelyezése, terjesztése, sajtó és rádióhirdetések elkészítése megjelentetése. A kampány díjának kifizetése időszakonként számla ellenében történik. A megbízó a megbízott részére a megállapodás megkötésekor előlegként 500.000.-Ft-ot átutal.

2.8. A kampányterv elkészítésére rendelkezésre álló idő

A kampánytervet a megbízás elfogadásától számított 30 naptári napon belül kell elkészíteni. Az elfogadott kampányterv alapján a megvalósítást a briefben foglalt időpontban (2016. március 10.) kell elkezdeni.

2.9. Egyéb információk

Az étterem működésének, forgalmának, és piaci helyzetének témájában kutatás még nem készült. Amennyiben szükségesnek látják, úgy tegyenek rá javaslatot.
A társaság és az étterem működése jogi akadályokba nem ütközik. Mindenféle engedély a rendelkezésünkre áll és megtekinthető.
A Matyórózsa Kft és étterem tudomásul veszi, hogy az elkészült kampányterv és a hozzá kapcsolódó mellékletek a megbízott szellemi tulajdonát képezik és szerzői jogi védelem alatt állnak.

2.10. A képviselő megnevezése

A Matyórózsa Kft és étterem reklámkampányával kapcsolatban teljes jogú megbízott Szabó Sándor ügyvezető, aki a tárgyalások során korlátlan képviselettel rendelkezik.
Mezőkövesd 2016.01.08.

3.Rebriefing

A Pető Reklámiroda 3400 Mezőkövesd, 48-as hősök útja 2. mint megbízott, ezennel elfogadja a Matyórózsa Kft 3400 Mezőkövesd, Alkotmány út 2, mint megbízó felkérését reklámkampány tervezésére, lebonyolítására és a reklámhatás mérésére.

A megbízott a megbízást a megbízó által írásba foglalt elvek alapján kívánja teljesíteni. A Matyórózsa éttermet megismerteti Mezőkövesd város és agglomerációja, valamint a környékbeli városok (Eger, Füzesabony) lakosságával és a Mezőkövesdre érkező turistákkal, üdülőkkel.

A kampány céljaira igénybe veszi a megbízólevélben felsorolt helyi médiákat, illetve szükség szerint újabbakat is keres. A kampány kezdete 2016. március 10.-ekkor kerülnek megrendelésre a hirdetések. 2016. március 21.-én kerülnek kihelyezésre a plakátok, javasoljuk, hogy a Zsóry fürdőbe és az üdülőterületre (a heves megyei oldalra) is helyezzünk ki plakátokat a vendégek megszólítására. Továbbá javasoljuk - az egész kampányidőszakra vonatkozóan, hogy a plakátokat és szórólapokat több idegen nyelven (német, angol, holland, lengyel, cseh, szlovák) is jelentessük meg.

Húsvét után csak a helyi és az egri médiumokban jelennek meg hirdetések. A strandszezon kezdetével (május 1.-e). A Zsóry üdülőkörzet területén helyezünk el plakátokat és szórólapokat, idegen nyelven is és gondoskodunk a hiányzók pótlásáról. A Matyó Világtalálkozó ideje alatt (2016. június 20-26.-ig) a rendezvény helyszínein helyezünk ki plakátokat és szórólapokat (több nyelven), illetve gondoskodunk a hiányzók pótlásáról. Ezután a kampányidőszak végéig a helyi és az egri médiumokban folytatjuk a reklámozást és pótoljuk a plakátokat és szórólapokat. A média-mix megtervezésénél a cél, hogy a célcsoportot hatékonyan, maradandó hatást kifejtve érjük el, mely a tervezés kapcsán egyértelmű meghatározás kerül.

Reklámeszközök: ATL

Nyomtatott eszközök:

A Matyórózsa éttermet Mezőkövesd és a környékbeli városok helyi lapjaiban és hirdetési újságjaiban fogjuk hirdetni.

- Mezőkövesdi Újság (megjelenik kéthetente, példányszám 8.000)
- Montázs hirdetési újság (megjelenik hetente, példányszám 17.000)
- Szuperinfó Eger (megjelenik hetente, példányszám18.000)

A kampány során felhívjuk a figyelmet a Matyórózsa étterem egyediségére, nyugalmat illetve megelégedettséget sugározva.

A kampány zárásakor javasolunk egy kutatást az étterem forgalmának és piaci helyzetének tárgyában.

A reklámkampány tervezése során kollégáink szeretnék megtekinteni az éttermet és ott fénykép illetve videofelvételt készíteni. A tervezési folyamat részeként feladattervet, időtervet és költségtervet készítünk, melyet jóváhagyásra megküldünk.
Irodánk részéről a feladat koordinátora Takács István projektmenedzser.
Mezőkövesd 2016.01.15

4.Feladattervek

A Matyórózsa étterem reklámprogramjának megtervezése az 5M alapján.

A marketingesek fő feladatai közé tartozik a termékek lehetséges fogyasztóinak, célcsoportjainak meghatározása. A kampánystratégia megtervezéséhez tudnunk kell, hogy milyen kép él a fogyasztóban a termékünkről, szolgáltatásunkról vagy cégünkről. Ennek ismerete azért fontos, hogy a célcsoportra leginkább hatni tudó reklámüzenetet tudjunk kidolgozni. Ahhoz, hogy a marketingkommunikáció sikeres legyen és elérje a célközönséget, a legmegfelelőbb kommunikációs eszközöket kell alkalmaznunk. Mindegy, hogy melyik kommunikációs csatornát választjuk, végső célunk a profit maximalizálása kell, hogy legyen. Ez azt jelenti, hogy ha rövidtávon veszteségeket szenvedünk is el-ami egy már működő szolgáltatás ismertségének növelésénél előfordulhat-, hosszú távon biztosan nyernünk kell. Ezért fontos a marketingkommunikációban is az alapos tervezés, amit az 5M-modell használata nagyon megkönnyít.

1. Cél (Mission): Pontosan tudnunk kell, hogy mit akarunk. Ebben az esetben egy már működő étterem piaci helyzetét erősítjük meg.

2. Üzenet (Message): A általunk megfogalmazott üzenet mindenképpen kötődjön a céljainkhoz, akár általános, akár konkrét ajánlatot teszünk.(Kóstolja meg dédszüleink ételeit!)

3. Pénz, költségvetés (Money): Nagyon fontos, hogy tudjuk, mennyi pénzből gazdálkodhatunk!

4. Kommunikációs eszközök (Media): Hogyan tudunk elérni leggyorsabban, legkönnyebben, legolcsóbban a célközönségünkhöz? Melyik médiát válasszuk? Rövid, vagy hosszú távú kampányt tervezzünk?

5. Mérés (Measurement): Mérés és ellenőrzés a marketingtevékenység fontos elemei. A pontosan, megfogalmazott, számszerűsített céljaink, elérését ellenőrzéssel állapíthatjuk meg.

3.1 A reklámcélok meghatározása

Előzetesen meg kell fogalmaznunk azokat a reklámcélokat, amelyek megfelelnek a már meghatározott célpiacnak, a piaci pozícionálásnak és a marketing-mixre irányuló döntéseinknek.

Kommunikációs célok:

- Tájékoztatás: a Matyórózsa étterem bemutatása a piacon.
- Meggyőzés: A célközönség ösztönzése az éterem márkájára való áttérésre, a fogyasztói célcsoport meggyőzése, márkahűség kialakítása.
- Emlékeztetés: Fenntartani a vendégkör érdeklődési szintjét, emlékeztetni őket, hogy hol ebédeltek ilyen hangulatos körülmények között.

A Matyórózsa étterem kínálatának, reklámcéljainak és az eredményszintjének a meghatározása:

1. Reklámcél: a célközönség (potenciális vendégkör) meggyőzése, hogy látogassák meg az éttermet, kóstolják meg a kínálatát. A meggyőzés elemei: újdonság, egyediség, minőség, tradíció és hangulat.
2. Eredményszint: Az étterem piaci helyzetének megerősítése és forgalmának növelése fél éven belül.

Egy szolgáltatás (étterem) piaci helyzetének megerősítése nagy odafigyelést igényel, mert a leendő vendégek figyelmét nem csak hogy fel kell kelteni, hanem meg kell őket győzni az ételek

minőségéről, a kiszolgálás színvonaláról, és az étterem hangulatáról.

Részletes feladatok:

- A kampányterv elkészítése.
- A hirdetések, szórólapok, megállító táblák, plakátok, óriásplakátok megtervezése.
- Tárgyalás az igénybe venni szánt médiumok képviselőivel, megállapodás a hirdetések, elhelyezéséről.
- A nyomtatott szórólapok plakátok elkészíttetése.
- A plakátok és óriásplakátok kihelyezése.
- A szórólapok alkalmankénti kiosztása.
- A kihelyezett plakátok és óriásplakátok állapotának ellenőrzése, a hiányzók folyamatos pótlása.
- A reklámkampány hatásosságának mérése.

5. Időtervek

- 2016.január18. A vállalkozási szerződés aláírása a kampánytervező és szervező munka megkezdése.
- 2016. március 10. megtörténik a hirdetések megrendelése.
- 2016. március 21. Kihelyezésre kerülnek a plakátok és óriásplakátok, szórólapok.
- 2016. május 1. A Zsóry üdülőkörzet területén plakátok elhelyezése és szórólapok terjesztése.
- 2016. június 17. plakátok és szórólapok elhelyezése a Matyó Világtalálkozó helyszínein.

6.Költségtervek

A reklámköltségvetés meghatározása.

A reklámcélok kitűzése után a megbízónak át kell gondolni a kampány költségvonzatát. Célja az, hogy csak annyit költsön reklámra, amennyivel a kitűzött reklámcélt és a megcélzott eredményszintet el tudja érni. Az a veszély fenyegeti, hogy ha túl keveset fordít a reklámra, annak hatása jelentéktelen lehet. Ha viszont túl sokat, akkor a ráfordítás hatásfoka nem felel meg az elvárásoknak. A befektetett összeg más helyen jobban hasznosulna. A reklámköltségvetés megtervezésénél figyelembe kell venni a termék, szolgáltatás életciklusát, piaci részesedését. Fel kell térképezni a fogyasztói bázis és a

vállalkozás, termék piaci környezetét Ennek alapján el kell dönteni, hogy milyen gyakorisággal jelenjen meg a reklám, hogy a többi közül kitűnjön.

A reklámköltségvetés készítésének módszerei:

- Lehetőségek módszere.
- Árbevétel %-ban.
- Versenytársakéhoz képest.
- Cél és feladat módszer.

A költség főösszeg rögzítése előtt át kell gondolni, hogy a terméket, szolgáltatást milyen mértékben kell hirdetni, reklámozni. Mivel a Matyórózsa étterem piaci bevezetése már megtörtént, ezért a termék életgörbén a növekedés szakaszában van.

A növekedés szakaszának jellemzői:

- Reklám a figyelem fenntartásáért.
- A termék ismertségének fenntartása, növelése.
- Az értékesítési csatornák bővítése, növelése.
- A termék egyedi, jellegzetes arculatának ápolása, fenntartása.

Az egyik legnehezebb feladat a Matyórózsa kft számára, hogy mennyit költsön promócióra. A reklámköltségvetés készítési módszerek közül a lehetséges módszereket megvizsgálva, majd a célokkal és célcsoport orientációkkal összevetve, a cél és feladat módszer került kiválasztásra. Ez a megoldás tűnik a Matyórózsa kft szempontjából a legelőnyösebbnek. A cél-feladat módszerrel meghatározzuk a célok elérése érdekében végrehajtandó feladatokat és ennek függvényében állapítjuk meg a végrehajtás költségeit.

A Matyórózsa étterem marketing tevékenysége Mezőkövesdre, agglomerációjára, és a környékbeli városokra, településekre terjed ki.

A reklámköltségvetés több részből áll: reklámanyagok elkészítésének költsége, közzététel költsége, az iroda megbízási díja (hirdetési felület költségének 10-15%-a), Óriásplakát 460.000-Ft+ ÁFA. Újsághirdetések 338.000-Ft+ ÁFA. Városi tv hirdetések245.000Ft: Helyi rádió-

hirdetések:90.000Ft Honlap készítése: ingyenes. Szórólapok elkészítése és terjesztése: 40.000Ft. Megállító táblák elkészítése: 4.000Ft.

Reklámcélok meghatározása

Célösszetevők	Lehetséges megvalósulás
Célcsoport	Mezőkövesden és környékén élő és dolgozó emberek üdülők turisták.
A változás iránya	A hagyományos ételek helyett fogyasszanak tradicionális ételeket.
A változás mértéke	A célcsoport 10%-a rendel hagyományos ételeket.
A változás bekövetkezésének az ideje	A nyári üdülőszezon.

Forrás: Saját szerkesztés

7.A reklámeszközök kiválasztása:

A reklámok a reklámeszközök (plakátok reklámfilmek) révén jutnak el a célközönséghez. A reklámeszközök viszont a reklámhordozókon jelennek meg, (a plakát plakáttáblán, hirdetőoszlopon, a reklámfilm pedig egy televíziós csatornán, az Interneten, vagy a mozivásznon.)

7.1 A médiatípusok kiválasztása, szempontok

A médiatípusok optimális felhasználásának célja, hogy a célcsoportot hatékonyan, maradandó hatást gyakorolva érjük el, melyet a tervezésnél egyértelműen meghatározunk.

A médiatípusok kiválasztásakor megvizsgált szempontok:

- A célcsoport jellegzetes médiahasználati szokásai: internet, írott sajtó, televízió, rádió. A médiaterv készítése során fontos, célcsoportunk média felhasználási szokásainak ismerete, valamint körükben a médiumok

elfogadottsága (hitelessége). A médiakutatás célja a potenciálisan szóba jöhető média értékének, hasznosságának a megrendelő szempontjából történő vizsgálata.

- Termékjellemzők: mivel egy, már-már elfeledett íz világot és stílust szeretnénk feleleveníteni és meghonosítani, ezért fontos a vizuális megjelenítés a fogyasztók számára. A képújság, az internet, az írott sajtó és a nyomtatott szórólapok, a legmegfelelőbbek
- Üzenetjellemzők: Az étterem és kínálata iránti érdeklődés, kíváncsiság felkeltésére az írásos reklám a legalkalmasabb.
- Költség: A legnagyobb költséggel járó, de a célcsoport legszélesebb köréhez eljuttatató a televíziós üzenet. Az internetes hirdetéseknek alacsonyabb a költsége, de megoszlásuk révén az üzenet, a potenciális fogyasztók nagy tömegéhez eljuthat.

Mivel egy már működő étteremre és kínálatára szeretnénk felhívni a célközönség figyelmét, fontos, hogy üzenetünket minél szélesebb körben eljuttathassuk. A reklámtevékenység központja Mezőkövesd, de a kampány a környező településekre is kiterjed.

8. Reklámeszközök

8.1 Nyomtatott eszközök

A Matyórózsa éttermet és kínálatát helyi és környékbeli sajtótermékekben fogjuk reklámozni:

- Mezőkövesdi újságban, amely 1990-óta jelenik meg kéthetenként, a városban ingyen hozzáférhető.
- Montázs reklámújságban, amely 1990-óta jelenik meg 17.000 példányban, Mezőkövesden és a környezetében lévő14 településen. Hetenként.
- Eger Körzeti Szuperinfóban, amely 1990-óta jelenik meg 30.000 példányban, Egerben és környékén, minden pénteken

Mezőkövesdi újság

A Mezőkövesdi Újság kéthetente 8000 példányban, ingyenesen megjelenő városi lap. Mezőkövesden minden háztartásba eljut, ezen kívül belföldi és külföldi előfizetők is szívesen olvassák. Hirdetési tarifák:

FEKETE-FEHÉR - belső oldalak			
Méret	**Szélesség**	**Magasság**	**Ár**
Teljes oldal	186 mm	262 mm	*42.000 Ft*
Fél oldal	186 mm	128,75 mm	*22.000 Ft*
Negyed oldal	91 mm	128,75 mm	*12.000 Ft*
Nyolcad oldal	91 mm	62 mm	*6.500 Ft*
SZÍNES oldalak (2. 15. és 16.)			
Méret	**Szélesség**	**Magasság**	**Ár**
Teljes oldal	210 mm + 5mm kifutó	297 mm + 5mm kifutó	*80.000 Ft*
Fél oldal	190 mm	136,5 mm	*45.000 Ft*

Kész hirdetés elhelyezése esetén (szerkesztés és tördelési munka nélkül) a hirdetések árának 15%-át elengedik. Lakossági apróhirdetések, szinte ingyen: 10 szóig 250 Ft, majd szavanként 20 Ft. Kiemelési lehetőség: szürke háttér (negatívban) 50%-os felárral. **Az árak az ÁFA-T nem tartalmazzák.**
Forrás: http://www.kovesdimedia.com/reklam.htm

Montázs reklámújság

MONTÁZS reklámújság árai:	
F/16 (44x52 mm)	6.000 Ft + áfa
F/8 (91x52 mm)	12.000 Ft + áfa
F/4 (91x108 mm)	24.000 Ft + áfa
F/2 (185x108 mm)	48.000 Ft + áfa
F/1 (275x185 mm)	120.000 Ft + áfa

Forrás:
http://www.asz.hu/onk-valasztas-arjegyzek-irott/montazs-reklamujsag/montazs-reklamujsag-hirdetesi-arjegyzek.pdf

Eger Körzeti Szuperinfó

Eger Körzeti Szuperinfó hirdetési tarifái:

Újságnév	Keretes hirdetések listaárai											Apróhirdetések listaárai			
	egységár	Oldalár (60.e)	4 egység	8 egység	12 egység	18 egység	24 egység	30 egység	Címoldal (50.e.)	hátoldal	kötött megj.	Lakossági apróhirdetés		Üzleti apróhirdetés	
												Alapár (10 szó)	10 szó felett szavanként	Alapár (10 szó)	10 szó felett szavanként
Eger Körzeti	7 000 Ft	420 000 Ft	28 000 Ft	56 000 Ft	84 000 Ft	126 000 Ft	168 000 Ft	210 000 Ft	840 000 Ft	630 000 Ft	462 000 Ft	1 102 Ft	110 Ft	2 244 Ft	220 Ft

A feltűntetett árak nettó listaárak, az áfát-t nem tartalmazzák.
Forrás: http://www.szuperinfo.hu/features/hirdetes-tarifak-eger24

8.2 Elektronikus eszközök

MEZŐKÖVESDI MÉDIA NONPROFIT KFT.

Mezőkövesdi Televízió:

KÉPÚJSÁG	
1 oldal/1 hét:	**4.500 Ft**
1 oldal/2 hét:	**8.000 Ft**
1 oldal/3 hét:	**11.000 Ft**
1 oldal/ 1 hónap:	**15.000 Ft**

Forrás: http://www.kovesdimedia.com/reklam.htm

REKLÁMSPOT SUGÁRZÁSA

1 mp/100 Ft/alkalom

KÉSZ PR-RIPORT SUGÁRZÁSA

2.500 Ft/perc/alkalom

PROFESSZIONÁLIS MINŐSÉGBEN, KREATÍV ELKÉPZELÉSEK SZERINT REKLÁMFILMEK GYÁRTÁSÁT IS VÁLLALJÁK!

Reklámspot-készítés: 30 mp / 20.000 Ft

PR-riport készítése: 60 mp / 25.000 Ft

Árak az áfát-t nem tartalmazzák.

Mezőkövesd városi honlap hirdetési árai

Bannerek méretei és árai:

Típus	Megjelenés helye	Éves listaár	Féléves listaár	Negyedéves listaár	Havi listaár	Heti listaár
S	Főoldalon jobb oldalt 190px * 190px	50.000 Ft	25.000 Ft	15.000 Ft	10.000 Ft	5.000 Ft
M	Főoldalon jobb oldalt 190px * 380px	100.000 Ft	50.000 Ft	30.000 Ft	20.000 Ft	10.000 Ft
L	Főoldalon jobb oldalt 190px * 570px	150.000 Ft	75.000 Ft	45.000 Ft	30.000 Ft	15.000 Ft

Forrás: http://www.kovesdimedia.com/reklam.htm

Árkedvezmény!
Félévre 10 %
1 évre: 20 %

Árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

Egri Városi Televízió képújsághirdetések árai:

Lakossági hirdetés

- Készítési költség: 500 Ft + ÁFA (bruttó 635 Ft)
- Megjelenés: 600 Ft + ÁFA (bruttó 762 Ft) / oldal / nap

Közületi hirdetés

- Készítési költség: 1 500 Ft + ÁFA (bruttó 1 905 Ft)
- Megjelenés: 3 500 Ft + ÁFA (bruttó 4 455 Ft) / oldal / nap

Mozgó reklámfilm sugárzása

- 30 mp: 6 000 Ft + ÁFA (bruttó 7 620 Ft) / nap
- 60 mp: 11 000 Ft + ÁFA (bruttó 13 970 Ft) / nap

Rádió Eger

1 perc **reklám** sugárzás. díja: 7.200 Ft

Óriásplakátok

Ára: Fél évre 390.000Ft

Kültéri megállító tábla

Ára: 2.000Ft/db

9. A reklámkampány médiatérképe

Médium	Dátum	Reklám nettó költsége havi szinten (Ft)	Összesen (Ft)
Nyomtatott sajtó			
Mezőkövesdi Újság	Március (2 hét)	6.500	26.000
	Május (2 hét)	6.500	
	Június (2 hét)	6.500	
	Augusztus (2 hét)	6.500	
Montázs	Március (4 hét)	24.000	144.000
	Április (4 hét)	24.000	
	Május (4 hét)	24.000	
	Június (4 hét)	24.000	
	Július (4 hét)	24.000	
	Augusztus (4 hét)	24.000	
Szuperinfó	Március (4 hét)	28.000	168.000

	Április (4 hét)	28.000	
	Május (4 hét)	28.000	
	Június (4 hét)	28.000	
	Július (4 hét)	28.000	
	Augusztus (4 hét)	28.000	
Internetes hirdetés			
Mezőkövesd Város honlapja	Fél évre	25.000	25.000
Matyórózsa étterem weblapja	Folyamatosan	A Pető Reklámiroda ingyenesen készíti és kezeli	
Televízió			
Mezőkövesdi Városi Televízió Képújság	Március (1 hónap)	15.000	90.000
	Április (1 hónap)	15.000	
	Május (1 hónap)	15.000	
	Június (1 hónap)	15.000	
	Július (1 hónap)	15.000	
	Augusztus (1 hónap)	15.000	
Egri Városi Televízió képújság	Március (2 hét)	49.000	245.000
	Május (2 hét)	49.000	
	Június (2 hét)	49.000	
	Július (2 hét)	49.000	
	Augusztus (2 hét)	49.000	
Rádió			
Rádió Eger	Március (2 hét)	100.800	403.200
	Május (2 hét)	100.800	
	Június (2 hét)	100.800	
	Augusztus (2 hét)	100.800	
Egyéb reklámhordozók			
Óriásplakátok	Fél évre	4*65.000+gyá	460.000

(4 db)		rtási díj 200.000Ft	
Plakát (130 db)	Folyamatos	635	82.550
Szórólapok	6 hónap	4	40.000
Kültéri megállító tábla (2 db)	Folyamatos	2000	4.000
MINDÖSSZESEN		1.687.750	

Forrás: Saját gyűjtés saját, szerkesztés

10. A reklámhatás mérése

A Matyórózsa kft Igyekszik felmérni, hogy reklámkiadásai hogyan hatnak a forgalmára. A reklámkampány közben és az augusztus végi kampányzárást követően az alábbi primer és szekunder módszerekkel végzendő a kvantitatív és kvalitatív mérés és az értékelés.

- Vendégelégedettség mérés
- Vendégszám, forgalom fogyasztás / főre levetítve és összesen
- Bevétel és kiadás egyenlege

A Matyórózsa étterem esetében az is hatékony és diszkrét megoldásnak ígérkezik, ha elbeszélgetünk a vendégekkel, mert megtudhatjuk, mivel vannak megelégedve és szerintük min kellene változtatni, esetleg milyen javaslataik vannak. Az étterem ezzel értékes információkhoz, visszacsatoláshoz jut, cserébe a vendégek érezhetik a törődést és azt, hogy fontos a véleményük.

Forrás: Mezőkövesdi Újság